

РОЛЬ ТРОПОВ В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА ДОНАЛЬДА ТРАМПА В АМЕРИКАНСКИХ СМИ

Е.В. Соколова, 2 курс

Научный руководитель – О.Ф. Жилевич, к.фил.н.

Полесский государственный университет

В наше время СМИ играют важнейшую роль в формировании общественного мнения. Для этого в медиадискурсе используются различные стратегии и приемы, в том числе лингвистические. Имидж политического деятеля напрямую зависит от того, что о нем пишут и говорят журналисты.

Цель нашей работы — выявить роль тропов в формировании образа Дональда Трампа. *Материалом* для исследования послужил медиадискурс американских СМИ.

В ходе исследования было проанализировано 50 публицистических статей, представленных в наиболее известных интернет-изданиях США: *The New York Times, The Washington Post, Chicago Tribune, Daily News, The New Yorker, The Wall Street Journal, Yahoo!*

Наибольшую роль в формировании образа Дональда Трампа играют эпитеты. Всего было выявлено – 49 примеров.

Отметим, что не было найдено ни одного эпитета, оценивающего Дональда Трампа и его политические решения положительно. Все найденные эпитеты влияли исключительно негативно на формирование образа президента США. К примеру, в названии статьи “*Why did Trump release this awful peace plan now?*” – «Почему Трамп обнародовал этот ужасный план по ближневосточному урегулированию именно сейчас?» (*Daily News, 03.02.2020*) [1] автор показывает свое отрицательное отношение к плану США по ближневосточному урегулированию и к действиям политика, используя прилагательное ‘*awful*’ с семантическим значением «ужасный, отвратительный».

В публикации “*Trump Is Running Out of Time for a Meaningful Diplomatic Deal*” автор также указывает на негативное отношение многих граждан США к президенту своей страны с помощью эпитетов: ‘*reckless*’, ‘*vulgar*’. Они считают, что президент ведет себя нетактично, вульгарно и дезорганизовано: “*Even in areas where allies support U.S. goals, many view the President as tactically*

reckless, rhetorically vulgar, and chronically disorganized in day-to-day diplomacy". – «Даже там, где союзники поддерживают цели США, многие считают президента тактически безрассудным, риторически вульгарным и хронически дезорганизованным в современной дипломатии». (*The New Yorker*, 02.12.2019) [4]

В этой же статье автор подчеркивает, что Дональд Трамп плохо выполняет свои президентские обязанности и поэтому охарактеризовал президента эпитетом *'fake'* («фальшивый, ненастоящий»):

"Yet he is still a fake president". – «А он все еще фальшивый президент». (*Daily News*, 02.12.2019) [1]

Далее были проанализированы предложения с метафорами, всего было выявлено 37 примеров. Метафора также является одним из самых распространённых художественных тропов в медиадискурсе. Рассмотрим роль метафоры в создании языкового образа Дональда Трампа. Так, в статье *"Trump praises communist China's 'discipline' in fighting coronavirus"* с помощью метафоры *'to lavish praise'* («щедро хвалить») автор подчеркивает, что Дональд Трамп любит заискивать перед влиятельными людьми, от которых ему может что-нибудь понадобиться:

"Trump regularly lavishes praise on foreign strongmen". – «Трамп постоянно щедро расхваливает иностранных влиятельных личностей». (*Daily News*, 07.02.20) [1]

В статье *"Trump's new attack on Biden exposes his own unfitness"* автор использует метафору *'to muddy the waters'* («мутить воду»), чтобы показать, что действия политика представляют угрозу для страны:

"But it simply cannot be that Trump can get away with muddying these waters without a very serious reckoning with his own towering mental unfitness for the presidency, which is currently posing a serious threat to the country". – «Но такого просто не может быть, чтобы Трампу сошло с рук мутить воду без серьезной расплаты за его собственную неистовую умственную непригодность к президентству, которая в настоящее время представляет серьезную угрозу для страны». (*The Washington Post*) [2]

Сравнение – не менее важное стилистическое средство в создании образа Дональда Трампа. Всего было выявлено 25 предложений с данным тропом. Например, в статье *"Michelle Obama compares Donald Trump to a 'divorced dad'"* автор сравнивает американского президента с *«single dad»*:

"Former First Lady and best-selling author Michelle Obama compared President Trump to a single dad, who's entertaining, though maybe not a good parent". – «Бывшая первая леди и автор бестселлеров Мишель Обама сравнила президента Трампа с отцом-одиночкой, с которым может быть и весело, но которого нельзя назвать хорошим родителем». (*Daily News*, 16.04.2020) [1]

Ещё более язвительное сравнение *'drunk uncle'* встречается в заголовке публикации: *"Donald Trump is like a 'drunk uncle' who has made 'racism and hatred normal'"*. – «Дональд Трамп похож на «пьяного дядю», который сделал "расизм и ненависть нормальными вещами"». (*Daily News*, 16.04.2019) [1]

Автор в заголовке своей публицистической статьи даже осмеливается сравнить Трампа с Гитлером: *"Anne Frank's stepsister says Donald Trump is acting like another Hitler"*. – «Сводная сестра Анны Франк говорит, что Дональд Трамп «ведет себя, как еще один Гитлер». (*Daily News*, 28.01.2016) [1]

В статье *"Trump slams Oscars for naming 'Parasite' Best Picture, whines 'Gone with the Wind' got hosed"* интересным является пример использования интертекстуального заимствования *"Frankly, my dear, I don't give a damn"* из фильма «Унесенные ветром» (1939 г.), с целью показать, что президента США не волнует будущее его страны.

"Frankly, my dear, Donald Trump doesn't give a damn". – «Честно говоря, моя дорогая, Дональду Трампу на это наплевать». (*Daily News*, 20.02.2020)[1]

В названии публикации *"Donald Trump is the greatest"* – «Дональд Трамп – самый великий» (*Daily News*, 06.09.2018) автор использовал такой троп, как ирония, подразумевая обратное значение слова *'the greatest'*.

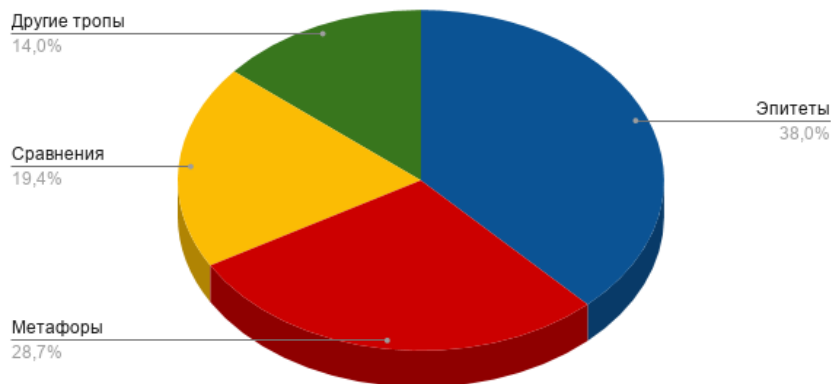
Ирония так же встретила в заголовке публикации *"Trump has no one to blame but Trump"*. – «Трампу некого винить, кроме себя». (*Daily News*, 25.09.2019) [1]

Гипербола играет не менее важную роль в формировании образа политика, этот троп используется для усиления значения своих слов. Пример использования гиперболы можно увидеть в названии работы *"Trump makes us ill"* – «Трамп делает нас больными». (*The New York Times*, 29.02.2020) [3]

В публикации “Donald Trump is a fake president: Beware, he’ll only get worse as 2020 looms” был обнаружен троп антономазия:

“He’s a PINO — a president-in-name-only”. – «Он ОПТС — от президента только слово» (*Daily News*, 10.12.2019) [1]

В результате проведенного исследования выяснилось, что американские СМИ влияют на формирование образа Дональда Трампа крайне негативно. Авторы публикаций используют тропы в целях акцентировать внимание общества на том, что говорит политик и какие политические решения он принимает. Также была составлена диаграмма, показывающая количество найденных тропов:



Список использованных источников

1. Daily News [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nydailynews.com/>. – Дата доступа: 16.03.2020
2. The Washington post [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.washingtonpost.com/?reload=true>. – Дата доступа: 16.03.2020
3. The New York Times [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/>. – Дата доступа: 16.03.2020
4. The New Yorker [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.newyorker.com/>. – Дата доступа: 16.03.2020